

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ВОЗМОЖНОСТИ И ТРЕНДЫ В БЕЛАРУСИ

Реклама представляет собой безличную платную платформу представления и продвижения товаров и услуг потенциальным покупателям с целью оповещения их и побуждения к приобретению товаров, чтобы они предпочли их конкурирующим маркам.

Говоря о рекламе в сети, различают рекламу собственного Web-сайта и рекламу в интернете как вид бизнеса. Для рекламы Web-сайта обычно используется прописка сайта в поисковых системах, обмен ссылками. Реклама как вид бизнеса основана на предоставлении места на страницах собственного Web-сайта для размещения платных ссылок на Web-сайте заказчика [1].

Интернет-реклама обладает целым рядом отличительных сторон. К ним относятся:

- наличие неограниченных возможностей охвата аудитории, так как рекламные материалы могут быть показаны в любой точке мира, если у пользователя есть необходимое устройство с выходом в интернет;
- экономичность. В сравнении с прочими видами рекламы продвижение в сети отличается тем, что для реализации рекламной кампании требуется меньше финансовых вложений;
- возможность продвигать товары и услуги в любое время дня и ночи (24 ч в сутки, 7 дней в неделю).

На протяжении последних лет интернет-реклама стабильно укрепляет свои позиции. Диджитал-сфера активно развивалась во время пандемии COVID-19. Интернет стал незаменимой частью повседневности, на рынок вышло много новых компаний, которые борются за внимание потребителей рекламного контента. Бизнес вынужден увеличивать рекламные бюджеты, чтобы успеть за всеобщими тенденциями и сохранить место на рынке.

Специалисты eMarketer, компании, занимающейся исследованиями рынка на основе подписки и предоставляющей информацию, в том числе о тенденциях, связанную с цифровым маркетингом, СМИ и коммерцией, прогнозируют, что к 2025 г. расходы на цифровые каналы составят 72 % от всех мировых расходов на рекламу. При этом пять лет назад этот показатель был в два раза ниже.

В Республике Беларусь бюджеты на интернет-рекламу растут в среднем на 20 % в год. Прогнозируется, что через 2–3 года использование цифровых ресурсов (каналов) в рекламе обгонит телевидение [2, с. 114–115].

По результатам опроса респондентов — представителей международных брендов в Республике Беларусь наибольшие доли в структуре расходов бюджета на интернет-рекламу занимают таргетированная реклама в социальных сетях, баннерная реклама, рекламные статьи, новости, мобильная реклама.

Самым быстрорастущим сегментом в медийной интернет-рекламе является видеореклама: она увеличивается в среднем на 30 % в год.

Из перспективных направлений рекламы в интернете в Республике Беларусь выделяют:

– influence-маркетинг — это способ продвижения товаров и услуг в социальных сетях через лидеров мнений — блогеров;

– стримы и интерактивный контент. Согласно опросу пользователи предпочитают смотреть видеоролик от бренда, а не читать статью или пост в социальных сетях.

Источники

1. *Климченя, Л. С.* Электронная коммерция : учеб. пособие / Л. С. Климченя. — Минск : Выш. шк., 2004. — 191 с.

2. Ассоциация интерактивной рекламы (IAB) [Электронный ресурс] // IAB Belarus. — Режим доступа: <https://iab.by/category/industry>. — Дата доступа: 21.11.2022.